

<<市场营销学原理与实践>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学原理与实践>>

13位ISBN编号：9787513607469

10位ISBN编号：751360746X

出版时间：2011-7

出版时间：中国经济出版社

作者：徐丙臣

页数：223

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<市场营销学原理与实践>>

内容概要

市场营销学由于其独具的谋略性、艺术性与实用性，深受社会的重视，并已被广泛应用于企业和各类社会组织的运筹、决策和企业形象再造等诸方面。

本书由徐丙臣所著，共分十一章，具体内容包括：市场营销概述、营销环境与市场分析，市场营销调研和预测、目标市场营销策略、产品策略、品牌策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略、服务营销、市场营销学新理念等。

本书把拓宽视野，案例分析，营销实战三者有机结合起来，做到有趣地学习知识和提升实践技能的效果。

本书以独特视角把市场营销学呈现给读者，本书适于作为应用型人才培养的高等院校工商管理、市场营销，会计学，财务管理、人力资源管理等专业教材或者参考书，也适于企业营销人员的学习和训练参考书。

<<市场营销学原理与实践>>

作者简介

徐丙臣，男，1962年1月出生，山东郯城人，经济学硕士，美国纽海文大学（University of NewHaver，）访问学者，临沂大学商学院教授，九型人格学培训师，直销培训师，民盟临沂大学总支主委。主讲《管理学》，《组织行为学》，《市场营销学》，《服务营销》等课程；研究方向是区域经济和企业管理，在《经济纵横》、《中国流通经济》等学术期刊发表论文20余篇。曾服务过临沂市团委、安利中国临沂分公司、鲁南制药有限公司等企事业单位。

<<市场营销学原理与实践>>

书籍目录

- 第一章 市场营销概述
- 第二章 营销环境与市场分析
- 第三章 市场营销调研和预测
- 第四章 目标市场营销策略
- 第五章 产品策略
- 第六章 品牌策略
- 第七章 价格策略
- 第八章 分销渠道策略
- 第九章 促销策略
- 第十章 服务市场营销
- 第十一章 市场营销学新理念

章节摘录

版权页：插图：顾客满意理论的提出，使企业开始考虑流失顾客的成本与获得新顾客的成本，开始意识到保持顾客的重要性。

企业流失顾客不仅导致成本上升，而且会导致利润减少，只要降低5%的顾客流失率，利润就可增加25%-85%。

获得新顾客的成本比保持一个顾客的成本要高。

总体而言，将产品或服务向一位新顾客推销成交的机会只有15%，而向一位曾经成交的顾客推销成交的机会却有50%。

企业可以通过设置高度转换壁垒和提高顾客忠诚度的方式建立与客户之间的多种关系来留住顾客。

五、顾客忠诚顾客忠诚是指顾客在对某一产品或服务的满意度不断提高的基础上，重复购买该产品或服务，以及向他人热情推荐该产品或服务的一种行为表现。

顾客忠诚主要包含两个要素：情感要素和行为要素。

其中，顾客忠诚情感要素主要表现为顾客对企业的经营理念、行为和形象等方面具有高度的认同、信任、满意和支持。

顾客忠诚的行为因素主要表现在顾客高频率重复购买，并且顾客愿意向他人推荐企业的产品或服务，从而愿意成为企业产品或服务的义务推销员。

企业的忠诚顾客一般表现出以下几个特征：顾客对本企业有明显的感情倾向性（而非随意性）；顾客对本企业产品或服务在购买行为上有实际的重复反应（即购买的频次很高）；顾客对本企业及其产品或服务在长期内有偏好；顾客对本企业的新产品或服务几乎没有顾虑地首先购买。

受忠诚顾客的影响，形成了一个顾客群体。

顾客能承受企业有限的提价，并能够抵制竞争者的降价或倾销。

提高顾客的忠诚度对企业的发展具有以下几个方面的重要意义：忠诚顾客可以为企业带来更多的利润。

忠诚顾客可以对其他顾客产生积极影响。

忠诚顾客可以为企业提供更多意见和建议。

忠诚顾客群体的扩大有助于企业竞争能力的提升，从而有利于企业长期的发展，因为忠诚顾客群体构成了企业坚实的市场基础。

质量与维护顾客忠诚度的最好保证，也是对付竞争者的有力武器。

质量是创造价值和顾客满意的关键。

全面质量营销是将全面质量管理的概念引入营销领域，即实行全过程、全方位、全员的质量营销，尽可能使顾客满意。

<<市场营销学原理与实践>>

编辑推荐

《市场营销学原理与实践》：市场营销学是一门以经济学、行为学、管理学和现代科学技术为基础，研究以满足消费者需求为中心的营销活动及其规律的综合性应用科学。市场营销学由于其独具的谋略性、艺术性与实用性，深受社会的重视，并已被广泛运用于企业和各类社会组织的运筹、决策和企业形象再造等方面。尤其在信息社会，科技的日益发展为市场营销作用的充分发挥提供了更好的契机。各行各业都需要充分运用市场营销学的观念来发展经济、开拓事业。

<<市场营销学原理与实践>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>